

biznes plan pdf - [www.biznesplan.waw.pl](http://www.biznesplan.waw.pl)



**Biznesplan** – jest to narzędzie planistyczne wspierające projekty finansowe.

### Przykładowy układ planu wraz z opisem:

źródło: <https://www.biznesplan.waw.pl/m/10301html.html>

#### **1. Opis firmy**

Celem tej części biznes planu jest zapoznanie zainteresowanych z działalnością przedsiębiorstwa od chwili założenia, do chwili obecnej. Ta część planu powinna zawierać:

- podstawowe dane o przedsiębiorstwie,
- historię przedsiębiorstwa,
- strukturę organizacyjną firmy,
- dane o właścicielach,
- informacje na temat załogi.

#### **2. Cel**

Pod wieloma względami jest to prosty rozdział. Cel jest ostatnią pozycją, która musi być opisana w biznes planie. Określa się go wysokością zysków i funduszy niezbędnych do finansowania działań w ciągu 3-5 lat. Podaje się wartość zysków docelowych i rynek docelowy, który określa wielkość planowanych obrotów.

Cel powinien być jasny i prosty, szczegółowo określać prognozowane zyski z każdego obszaru działalności i wymagane fundusze, powinien określać spodziewaną stopę zwrotu z inwestycji.

#### **3. Kierunki działania**

Kierownictwo przedsiębiorstwa ustala kierunki działania firmy w połączeniu z dobrze przemyślanymi celami. Również dobrze opracowana polityka jakości firmy oraz precyzyjnie zdefiniowana misja powinny być wyznacznikiem pewnych kierunków działania firmy oraz przyczyniać się do efektywniejszego realizowania zadań.

#### **4. Oferta towarów i usług**

W tej części planu należy opisać możliwie najdokładniej omawiany produkt czy usługę, starając się używać języka prostego, zrozumiałego dla laika. Należy wyraźnie zaznaczyć wszystkie jego zalety i wady, pokazując przewagę nad wyrobami

konkurencji. Informacje tu zawarte mają przybliżyć produkty (usługi) osobom z zewnątrz, nie znającym ich specyfiki.

## 5. Zatrudnienie

Ludzie są najważniejszym składnikiem każdej firmy. To właśnie oni przyczyniają się do jej rozwoju i generowania zysku. Firma to przede wszystkim ludzie ze swoimi pomysłami, kwalifikacjami i wiedzą. Mocną stroną firmy są pracownicy lojalni, przedsiębiorczy, posiadający duże doświadczenie zawodowe i wysokie kwalifikacje. Słabą stroną podmiotu gospodarczego są pracownicy charakteryzujący się krótkim stażem pracy, słabymi kwalifikacjami i niedyscyplinowaniem.

## 6. Plan finansowy

W części tej powinny znaleźć się najistotniejsze dane finansowe przedsiębiorstwa dotyczące sprzedaży, zysków i strat, wydatków, płynności finansowej, zapotrzebowania na gotówkę oraz informacje dotyczące źródeł pochodzenia funduszy, sposobów i terminów ich wykorzystania.

### 6.1. Rachunek wyników

Rachunek wyników (zysków i strat) pokazuje, jak firma radzi sobie w zakresie sprzedaży, kosztów i zyskowności oraz prezentuje elementy składowe wyniku finansowego. Dla inwestorów, czytających biznes plan, interesujące są wszystkie składniki przychodów i kosztów ich uzyskania, ale najważniejszy jest dla nich zysk pozostający w przedsiębiorstwie.

Wyszczególnienie	2020	Kw. I	Kw. II	Kw. III	Kw. IV
Sprzedaż towarów	833 500	208 375	208 375	208 375	208 375
<b>Sprzedaż razem</b>	<b>833 500</b>	<b>208 375</b>	<b>208 375</b>	<b>208 375</b>	<b>208 375</b>
Odsetki bankowe	543	150	150	92	152
<b>Razem przychody</b>	<b>834 043</b>	<b>208 525</b>	<b>208 525</b>	<b>208 467</b>	<b>208 527</b>
Amortyzacja	19 140	4 785	4 785	4 785	4 785
Paliwo i opał	9 000	2 000	2 500	2 500	2 000
Zużycie materiałów	5 000	1 250	1 250	1 250	1 250
Czynsze	16 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Energia elektryczna	8 000	2 500	1 500	1 500	2 500
Usługi transportowe	1 200	1 000	200		
Usługi remontowe	500			250	250
Usługi pozostałe	800	200	200	200	200
Płace	165 750	41 438	41 438	41 438	41 438
Pochodne płac	33 697	8 424	8 424	8 424	8 424
Telekomunikacja	1 200	300	300	300	300
Ubezpieczenia	2 200	2 200			
Reklama	5 000	3 000	1 000	500	500
Podróże służbowe	4 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Pozostałe koszty	9 000	2 500	2 500	2 000	2 000
Odsetki od kredytów	6 497		2 475	2 166	1 856
Podatki	750	750			
Prowizja do kredytu	1 500	1 500			
<b>Razem koszty wg rodzaju</b>	<b>289 234</b>	<b>76 847</b>	<b>71 572</b>	<b>70 312</b>	<b>70 503</b>
Wartość sprzedaży towarów w cenie zakupu	450 090	112 523	112 523	112 523	112 523
<b>Wynik finansowy brutto</b>	<b>94 720</b>	<b>19 156</b>	<b>24 431</b>	<b>25 632</b>	<b>25 501</b>
Podatek dochodowy	17 997	3 640	4 642	4 870	4 845
<b>Wynik finansowy netto</b>	<b>76 723</b>	<b>15 516</b>	<b>19 789</b>	<b>20 762</b>	<b>20 656</b>

## 6.2. Przepływy pieniężne

Aby działać w biznesie firma potrzebuje pieniędzy. Analiza cash flow przedstawia, ile pieniędzy znajduje się w posiadaniu przedsiębiorstwa ("w kasie" i na koncie bankowym). Gotówka w kasie nie jest zyskiem, a zysk nie jest równoznaczny z gotówką w kasie. Poziom zysków nie zawsze wskazuje, ile pieniędzy znajduje się w kasie. Przedsiębiorstwo może jakiś czas funkcjonować nawet wówczas, jeżeli nie przynosi zysków dzięki rezerwom gotówki. Natomiast nie może przetrwać bez gotówki, nawet, jeżeli osiąga zyski.

Wyszczególnienie	2020 r.	Kw. I	Kw. II	Kw. III	Kw. IV
<b>I. Gotówka początkowa</b>	<b>30 000</b>	<b>30 000</b>	<b>18 301</b>	<b>30 375</b>	<b>43 422</b>
Wpływy pieniężne:					
Sprzedaż towarów	833 500	208 375	208 375	208 375	208 375
Odsetki bankowe	543	150	150	92	152
<b>II. Razem wpływy pieniężne</b>	<b>834 043</b>	<b>208 525</b>	<b>208 525</b>	<b>208 467</b>	<b>208 527</b>
<b>III. Wydatki na działalność bieżącą</b>	<b>720 184</b>	<b>184 584</b>	<b>179 309</b>	<b>178 050</b>	<b>178 240</b>
<b>IV. Gotówka operacyjna</b>	<b>143 860</b>	<b>53 941</b>	<b>47 517</b>	<b>60 792</b>	<b>73 708</b>
<b>V. Inne wydatki:</b>					
- spłata rat kredytów krótkoterminowych					
- spłata rat kredytów długoterminowych	37 500		12 500	12 500	12 500
- wydatki inwestycyjne	132 000	132 000			
- podatek dochodowy	17 997	3 640	4 642	4 870	4 845
<b>Razem inne wydatki</b>	<b>187 497</b>	<b>135 640</b>	<b>17 142</b>	<b>17 370</b>	<b>17 345</b>
<b>VI. Inne wpływy:</b>					
- kredyty krótkoterminowe					
- kredyty długoterminowe	100 000	100 000			
<b>Razem inne wpływy</b>	<b>100 000</b>	<b>100 000</b>			
<b>VII. Gotówka końcowa należna</b>	<b>56 363</b>	<b>18 301</b>	<b>30 375</b>	<b>43 422</b>	<b>56 363</b>
Należności bieżące					
Zobowiązania bieżące					
<b>Gotówka końcowa</b>	<b>56 363</b>	<b>18 301</b>	<b>30 375</b>	<b>43 422</b>	<b>56 363</b>

## 6.3. Bilans

Bilans jest dokumentem zawierającym zestawienie na określony moment ("rzut oka"). Jest on najważniejszym sprawozdaniem finansowym firmy. Z jednej strony przedstawia wszystkie składniki majątku firmy (aktywa), a z drugiej ukazuje źródła finansowania tego majątku (pasywa).

Aktywa	B. O. 2020	31.12 2020
<b>A. Majątek trwały (I+II+III+IV)</b>	<b>2 898 000</b>	<b>8 045 618</b>
<b>I. Wartości niematerialne i prawne</b>		
<b>II. Rzeczowy majątek trwały</b>	<b>2 898 000</b>	<b>8 045 618</b>
1. Grunty własne	220 000	220 000
2. Budynki i budowle	1 028 000	991 500
3. Urządzenia techniczne i maszyny	1 106 000	6 397 118
4. Środki transportu	330 000	268 000
5. Inne środki trwałe	214 000	169 000
6. Inwestycje rozpoczęte		
7. Zaliczki na poczet inwestycji		
<b>III. Finansowe składniki majątku (udziały, akcje, papiery wartościowe i inne)</b>		
<b>IV. Należności długoterminowe</b>		
<b>B. Majątek obrotowy (I+II+III+IV)</b>	<b>7 298 825</b>	<b>9 139 535</b>
<b>I. Zapasy (prod. gotowe + materiały)</b>	<b>3 898 825</b>	<b>3 505 622</b>
<b>II. Należności i roszczenia</b>	<b>1 500 000</b>	<b>3 200 000</b>
<b>III. Papiery wartościowe przeznaczone do obrotu</b>		
<b>IV. Środki pieniężne</b>	<b>1 900 000</b>	<b>2 433 914</b>
<b>C. Rozliczenia międzyokresowe</b>		
<b>Suma aktywów (A+B+C)</b>	<b>10 196 825</b>	<b>17 185 153</b>

<b>Pasywa</b>	<b>B. O. 2020</b>	<b>31.12 2020</b>
<b>A. Kapitały (fundusze) własne (I+II+III+IV+V+VI+VII)</b>	<b>7 946 825</b>	<b>8 625 153</b>
<b>I. Kapitały (fundusz) podstawowy</b>	<b>4 076 368</b>	<b>4 439 203</b>
<b>II. Należne lecz nie wnies. wkłady na poczet kapit. (wielkość ujemna)</b>		
<b>III. Kapitał (fundusz) zapasowy</b>		
<b>IV. Kapitał (fundusz) rezerw. z aktualizacji wyceny</b>		
<b>V. Pozostałe kapitały (fundusze) rezerwowe</b>		
<b>VI. Niepodzielony wynik finans. z lat ubiegłych</b>		
1. Zysk (wielkość dodatnia)		
2. Strata (wielkość ujemna)		
<b>VII. Wynik finansowy netto roku obrotowego</b>	<b>3 870 457</b>	<b>4 185 950</b>
1. Zysk netto (wielkość dodatnia)	3 870 457	4 185 950
2. Strata netto (wielkość ujemna)		
3. Odpisy z wyniku finansowego bieżącego roku obrotowego		
<b>B. Rezerwy</b>		
1. Rezerwa na podatek dochodowy od osób prawnych		
2. Pozostałe rezerwy		
<b>C. Zobowiązania długoterminowe</b>		<b>4 500 000</b>
1. Długoterm. pożyczki, obligacje i papiery. wart.		
2. Długoterminowe kredyty bankowe		4 500 000
3. Pozostałe zobowiązania długoterminowe		
<b>D. Zobowiązania, fundusze specjalne (I+II)</b>	<b>2 250 000</b>	<b>4 060 000</b>
<b>I. Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>2 200 000</b>	<b>4 000 000</b>
1. Pożyczki, obligacje i papiery wartościowe		
2. Kredyty bankowe		
3. Zaliczki otrzymane na poczet dostaw		
4. Zobowiązania z tytułu dostaw	2 200 000	4 000 000
5. Zobowiązania wekslowe		
6. Zobowiązania z tytułu podatków, ceł, ubezpieczeń		
7. Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń		
8. Zobowiązania wewnętrzzakładowe		
9. Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe		
<b>II. Fundusze specjalne</b>	<b>50 000</b>	<b>60 000</b>
<b>E. Rozliczenia międzyokresowe i dochody przyszłych okresów</b>		
<b>Suma pasywów (A+B+C+D+E)</b>	<b>10 196 825</b>	<b>17 185 153</b>

## 7. Plan marketingowy

W tym rozdziale biznes planu powinny być ujęte następujące informacje:

- opis strategii marketingowej,
- analiza i badania rynku,
- polityka kształtowania cen,
- dystrybucja,
- reklama,
- promocja sprzedaży,
- inne koszty działań marketingowych.

### 7.1. Założenia planu marketingowego

W tej części planu należy przedstawić:

- branżę, w której firma ma zamiar działać,
- technikę organizacji kanałów dystrybucji,
- segmenty rynku, jakie firma chciałaby pozyskać.

### 7.2. Analiza rynku

Bardzo ważnym i trudnym zagadnieniem jest ocena warunków działania. Ocena ta powinna być oparta na profesjonalnej analizie usytuowania firmy w otoczeniu

rynkowym i analizie wewnętrznej. Celem analizy rynku jest określenie jego atrakcyjności.

Należy uzyskać odpowiedź na następujące pytania:

- jaka jest wielkość rynku na którym mamy zamiar realizować swoje cele?
- jaka jest nasza pozycja na rynku?
- kto jest naszym konkurentem?
- kto będzie naszym dostawcą środków produkcji?
- kto będzie odbiorcą naszych produktów?
- jakie szanse i zagrożenia mogą się pojawić?
- co jest naszą słabą stroną?
- co jest naszą mocną stroną?

### 7.3. Strategia cen

Przy ustalaniu strategii cen należy uwzględnić:

- koszty,
- popyt,
- atrakcyjność usługi lub produktu,
- marżę zysku,
- sezonowość,
- inne czynniki.

### 7.4. Strategia promocji i reklamy

Promocję można określić jako metodę stosowania wszystkich możliwych środków, przy udziale których firma dostarcza środowisku zewnętrznemu informacji o swojej działalności, produktach, towarach i usługach. Celem promocji jest dotarcie w szybki sposób do określonych grup odbiorców. Do podstawowych strategii promocyjnych zaliczamy między innymi: reklamę, sprzedaż osobistą, promocję handlową, relacje publiczne (public relations), rozgłos (publicity).

Każda płatna metoda stosowana przez przedsiębiorców celem informowania odbiorców o swojej ofercie oraz przekonywanie do jej zakupu jest nazywana reklamą.

Metoda ta charakteryzuje się zatem odpłatnością i pośrednim kontaktem z osobami do których jest kierowana.

## 8. Planowane inwestycje i źródła finansowania

### Inwestycje:

Inwestycje to wydatki firmy na dobra, które mogą być użyte do produkcji innych dóbr i usług.

Jest to tzw. "efekt korzyści odroczonej w czasie".

Inwestycja to wyrzeczenie się obecnych, pewnych korzyści na rzecz planowanych korzyści w przyszłości.

### Finansowanie:

Finansowanie zewnętrzne - potrzebne środki finansowe do realizacji celów firmy przekazane do dyspozycji z zewnątrz. Wprowadzony kapitał w strukturze firmy stanie się kapitałem obcym, którego zwiększenie powodować będzie wzrost zadłużenia podmiotu gospodarczego.

Finansowanie wewnętrzne - charakteryzuje się tym, iż niezbędne do realizacji celów środki finansowe pozyskuje się z zasobów własnych. Praktycznie oznacza to zatrzymanie wypracowanego zysku w firmie. Tylko firmy wypracowujące duże zyski mogą reinwestować dużą część tego zysku.

Rodzaj	Wartość w zł			z tego kredyt inwestycyjny		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
<b>Maszyny ogólnego zastosowania</b>	<b>200 000</b>			<b>120 000</b>		
Maszyny ogólnego zastosowania	200 000			120 000		
<b>Maszyny branżowe</b>	<b>210 000</b>			<b>90 000</b>		
Maszyny branżowe	210 000			90 000		
<b>RAZEM</b>	<b>500 000</b>			<b>210 000</b>		

## 9. Stan zadłużenia kredytowego wraz z zapotrzebowaniem

Stan zadłużenia kredytowego (dług) jest niespłaconym zobowiązaniem pieniężnym, ściśle określonym, wynikającym z podpisanej wcześniej umowy kredytowej kredytobiorcy z przedstawicielami banku po uwzględnieniu już spłaconych rat kredytowych i odsetek.

Zapotrzebowanie na kredyt - Finansowanie kredytowe tradycyjnie nazywane finansowaniem zewnętrznym, bez którego firma nie posiadająca własnych środków pieniężnych nie jest w stanie zrealizować opracowanego biznesplanu. Zapotrzebowanie kredytowe można oszacować przeprowadzając analizę przepływów pieniężnych zaplanowanego przedsięwzięcia finansowego.

Lp.	Wyszczególnienie	2020
<b>I.</b>	<b>Kredyty długoterminowe:</b>	<b>100 000</b>
	- Kredyt inwestycyjny	100 000
<b>II.</b>	<b>Kredyty krótkoterminowe:</b>	<b>20 000</b>
	- Kredyt obrotowy	20 000
<b>III.</b>	<b>Inne zobowiązania:</b>	<b>10 000</b>
	- Zobowiązania bieżące na koniec roku	10 000
	<b>Razem kredyty i zobowiązania</b>	<b>130 000</b>

## 10. Amortyzacja środków trwałych

Wliczone w koszty i wyrażone w pieniądzu zużycie niektórych składników majątku trwałego: środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych. Amortyzację majątku trwałego oblicza się w specjalnym zestawieniu nazwanym - tabelą amortyzacyjną.

Grupa środków
Grupa 0 (grunty)
Grupa I (budynki)
Grupa II (budowle)
Grupa III (kotły i maszyny energetyczne)
Grupa IV (maszyny ogólnego zastosowania)
Grupa V (maszyny branżowe)
Grupa VI (urządzenia techniczne)
Grupa VII (środki transportowe)
Grupa VIII (narzędzia i ruchomości)

## 11. Koszty i wydatki

### Koszt:

Wyrażona w pieniądzu wartość pracy żywej i uprzedmiotowionej, zużytej w celu wytworzenia określonego wyrobu czy świadczenia określonej usługi.

### Wydatek:

Rozchód środków pieniężnych z kasy lub z rachunku bankowego w związku z zapłatą za określone dobra lub usługi oraz w związku z regulowaniem różnych zobowiązań.

## 12. Wybrane wskaźniki ekonomiczne

Wnioski wynikające z analizy wielkości sprzedaży, rachunku wyników, rachunków przepływów gotówki oraz bilansów mogą być wzbogacone przez skonstruowanie i analizę odpowiednio dobranych wskaźników (rentowności, zadłużenia itp.), czyli relacji zachodzących między określonymi wielkościami, jakie ujęte są w tych sprawozdaniach, uzupełnionymi o niektóre dodatkowe dane.

"Analiza wskaźnikowa jest szybką i efektywną metodą uzyskiwania wglądu w operacje gospodarcze i funkcjonowanie firmy. Sposób podejścia do tego narzędzia powinien być wyważony i uzupełniony innymi technikami analitycznymi. Analiza wskaźnikowa nie jest wolna od pewnych ograniczeń. Najpoważniejszym z nich jest fakt, że bazuje wyłącznie na przeszłości firmy. Jednak wraz z analizą otoczenia może ona służyć do przewidywania warunków działania przedsiębiorstwa w przyszłości."

Wyszczególnienie	Jedn. miary	2020	2021	2022
<b>Wskaźniki zyskowności:</b>	x			
Zyskowność sprzedaży	%	17,82	18,19	19,24
Zyskowność majątku	%	16,53	15,44	14,93

## 13. Wartość zaktualizowana netto (NPV)

Metoda wartości zaktualizowanej netto pozwala określić obecną (aktualną) wartość wpływów i wydatków pieniężnych związanych z realizacją ocenianego przedsięwzięcia rozwojowego. NPV określa się jako sumę, zdyskontowanych oddzielnie dla każdego roku przepływów pieniężnych netto (NCF), zrealizowanych w całym okresie objętym rachunkiem, przy stałym poziomie stopy procentowej. Przedsięwzięcie rozwojowe jest opłacalne, jeżeli NPV jest większe lub równe zero. Dodatnia wartość NPV oznacza, bowiem, że stopa rentowności tego przedsięwzięcia jest wyższa od stopy granicznej, określonej poprzez przyjętą do rachunku stopę procentową. Stąd każda inwestycja charakteryzująca się, NPV większą od zera (w skrajnym przypadku równą zero) może być zrealizowana, gdyż przyniesie firmie określone korzyści finansowe. Ujemna wartość NPV świadczy natomiast o niższej od granicznej stopie rentowności przedsięwzięcia. Jego realizacja będzie nieopłacalna.

Poziom stopy dyskontowej (k)	10,00%
Wartość bieżąca netto (NPV)	731 536 zł

## 14. Wewnętrzna stopa zwrotu (IRR)

Jako metoda IRR należy do kategorii dynamicznych metod oceny projektów inwestycyjnych. Uwzględnia ona zmiany wartości pieniądza w czasie i jest oparta o analizę zdyskontowanych przepływów pieniężnych. Jest stopą procentową, przy której wartość zaktualizowana netto ocenianego przedsięwzięcia jest równa zero (NPV=0).

## 15. Analiza ryzyka

Każda decyzja biznesowa, zarówno bieżącej działalności firmy, jak i jej zamierzeń rozwojowych, bazuje na prognozie przyszłych warunków działania, opiera się, zatem na przewidywaniach obarczonych zawsze pewną dozą niepewności. Nie można w sposób absolutnie pewny ustalić jak ukształtują się poszczególne czynniki stanowiące podstawę dzisiejszej decyzji, za miesiąc czy rok. Stąd, podejmując ją ponosimy określone ryzyko, że decyzja ta okaże się błędna i nie przyniesie oczekiwanych efektów.

Szerzej ujmując, przez ryzyko możemy rozumieć niebezpieczeństwo niezrealizowania celu założonego przy podejmowaniu określonej decyzji. Jedną z metod, jaką można zastosować do obliczenia ryzyka jest rachunek prawdopodobieństwa przy szacowaniu przewidywanych przepływów pieniężnych z inwestycji.

Analiza ryzyka opracowana metodą rachunku prawdopodobieństwa przy szacowaniu przewidywanych przepływów pieniężnych z inwestycji

<i>Nakłady inwestycyjne na projekt</i>	5 900 000
<i>Wartość oczekiwana NPV dla przedsięwzięcia</i>	3 315 926,5
<i>Odchylenie standardowe NPV przedsięwzięcia</i>	1 031 117,7
<i>Współczynnik zmienności *</i>	0,3110

\* Współczynnik zmienności jako miara ryzyka związanego z realizacją projektu.

## 16. Ocena rentowności przedsięwzięcia

Rentowność - miara efektywności gospodarowania, wyrażająca się stosunkiem zysku lub bardziej ogólnie wyniku finansowego do sprzedaży netto, wielkości zaangażowanego kapitału lub wartości wszystkich aktywów. Rentowność może być zarówno dodatnia jak i ujemna, w zależności od tego czy przedsięwzięcie gospodarcze przynosi dochód czy też stratę.

## 17. Analiza SWOT

Analiza SWOT składa się z czterech obszarów:

- silne strony
- słabe strony
- szanse
- zagrożenia

Dwa pierwsze obszary odnoszą się do środowiska wewnętrznego i zawierają najistotniejsze w danym przedsiębiorstwie elementy, np. silna marka, czy słabe zaplecze kapitałowe.

Natomiast dwa ostatnie odnoszą się analogicznie do środowiska zewnętrznego, np. otwarcie wspólnego rynku lub pojawienie się konkurencyjnych produktów.



## **18. Wdrożenie**

Skuteczne wdrażanie biznes planu powinno charakteryzować się realizacją trzech niżej prezentowanych warunków. Harmonogram powinien zatem zawierać imienny wykaz osób, które będą realizować zadania ze wskazaniem daty zakończenia wykonania wszystkich prac.

[www.biznesplan.waw.pl](http://www.biznesplan.waw.pl)